

**OPINI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN  
(Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Pelanggan tentang Kualitas  
Pelayanan Pasca Akuisisi PT Lotte Shopping Indonesia Terhadap  
PT Makro Cash and Carry Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh:**

**Raiisa Seicaria  
050902744/kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2012**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **OPINI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Pelanggan tentang Kualitas Pelayanan Pasca Akuisisi PT Lotte Shopping Indonesia Terhadap PT Makro Cash and Carry Yogyakarta)**

#### **SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

**RAIISA SEICARIA**

**No. Mhs. 050902744/Kom**

Disetujui oleh :



**Dr. Gregoria Arum Yudarwati**

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : OPINI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Pelanggan tentang Kualitas Pelayanan Pasca Akuisisi PT Lotte Shopping Indonesia Terhadap PT Makro Cash and Carry Yogyakarta)

Penyusun : Raiisa Seicaria

NIM : 050902744/Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 4 Mei 2012

Pukul : 9.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 2 Fakultas ISIPOL Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Tim Penguji

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si.

.....  
Penguji Utama

Dr. Gregoria Arum Yudarwati

.....  
Dosen Penguji I

Ike Devi Sulistyaningtyas S.Sos. M.Si.

.....  
Dosen Penguji II



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raiisa Seicaria

No. Mhs. : 050902744/Kom

Program Studi : Humas

Judul Skripsi : OPINI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN  
(Studi Eksplanatif Opini Pelanggan tentang Kualitas Pelayanan  
Pasca Akuisisi PT Lotte Shopping Indonesia Terhadap PT Makro  
Cash and Carry Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisionil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, Mei 2012

Saya yang menyatakan,

  
(Raiisa Seicaria)



**RAIISA SEICARIA**

No. Mhs. : 050902744/Kom

**OPINI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN**  
**(Studi Eksplanatif Opini Pelanggan tentang Kualitas Pelayanan Pasca Akuisisi**  
**PT Lotte Shopping Indonesia Terhadap PT Makro Cash and Carry**  
**Yogyakarta)**

**ABSTRAK**

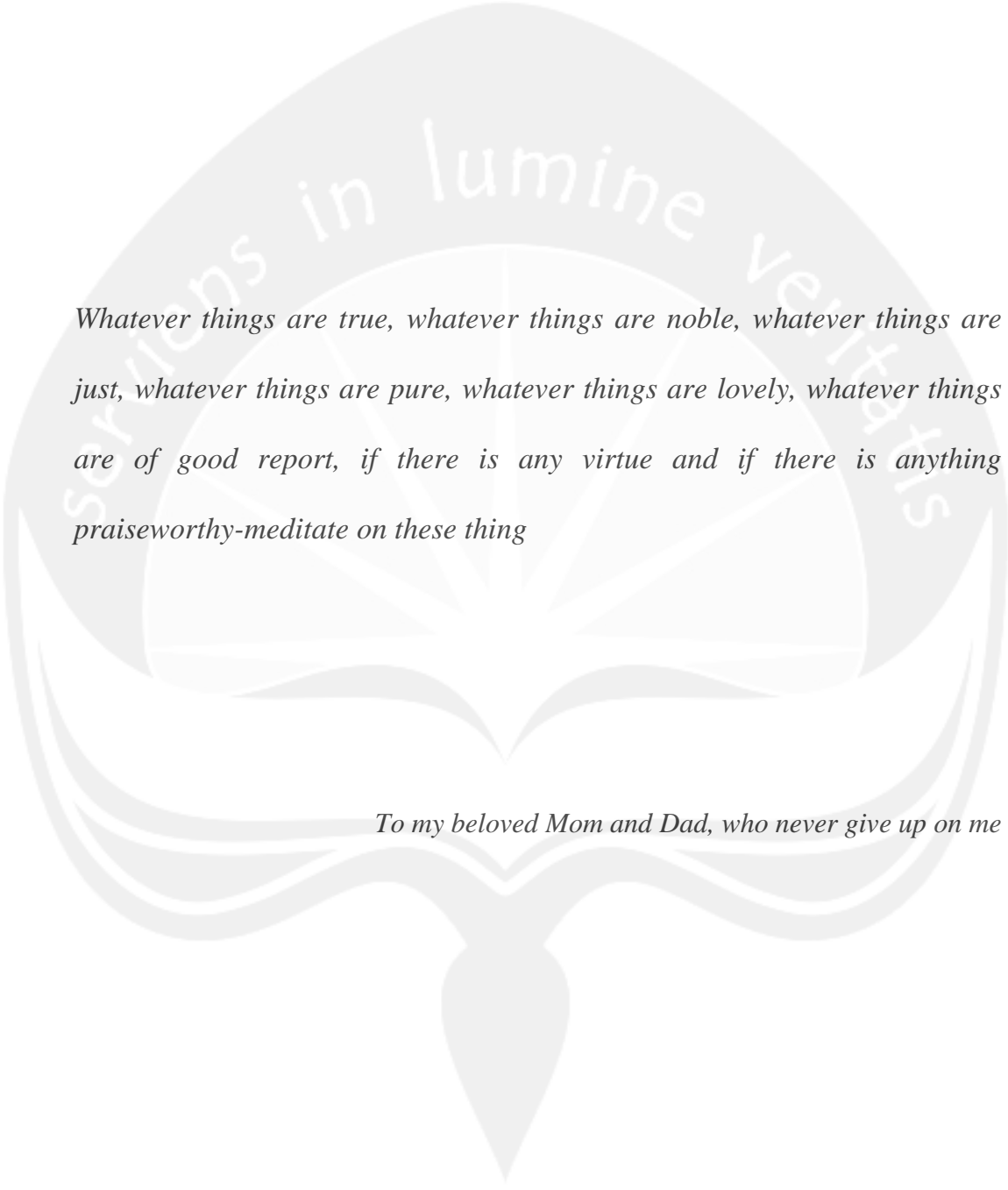
PT Lotte Shopping Indonesia yang baru satu tahun lamanya mengakuisisi PT Makro Cash and Carry mengundang banyak opini dari kalangan masyarakat, baik yang pro maupun kontra. Salah satu elemen masyarakat yang punya kaitan erat dengan perusahaan adalah pelanggan. Cara untuk meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan adalah melalui citra positif maka dibutuhkan pengetahuan tentang apa saja keinginan pelanggan yang didapatkan melalui riset. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui opini pelanggan tentang kualitas pelayanan pasca akuisisi PT Lotte Shopping Indonesia terhadap PT Makro Cash and Carry Yogyakarta.

Penelitian ini adalah penelitian eksplanatif, yaitu penelitian dengan memberikan penjelasan yang lengkap tentang aspek-aspek yang diteliti. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebesar 99 responden. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner (angket). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *mean* dan persentase dengan distribusi frekuensi, dan analisis tabulasi silang.

Hasil analisis penelitian adalah sebagai berikut: (1) kualitas pelayanan berdasarkan aspek *What Factors*, hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *mean* sebesar 28,64, sehingga masuk dalam kategori tinggi atau bisa diinterpretasikan bahwa para pelanggan merasa pelayanan PT. Lotte Shopping Indonesia dilihat berdasarkan aspek *what factor*-nya telah memenuhi keinginan/harapan mereka; (2) kualitas pelayanan berdasarkan aspek *How Factors*, hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *mean* sebesar 60,46, sehingga masuk dalam kategori tinggi atau dengan kata lain pelanggan menganggap bahwa pelayanan PT. Lotte Shopping Indonesia dilihat berdasarkan aspek *how factor*-nya telah memenuhi keinginan/harapan mereka; (3) hasil analisis tabulasi silang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara opini pelanggan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan (penghasilan), dan jenis pelanggan dengan kualitas pelayanan PT LSI berdasarkan aspek *what factor* maupun *how factors*.

Kata kunci: opini, pelanggan, kualitas pelayanan, *what factors*, dan *how factors*.

## MOTTO



*Whatever things are true, whatever things are noble, whatever things are just, whatever things are pure, whatever things are lovely, whatever things are of good report, if there is any virtue and if there is anything praiseworthy-meditate on these thing*

*To my beloved Mom and Dad, who never give up on me*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “OPINI PELANGGAN TENTANG KUALITAS PELAYANAN (Studi Deskriptif Kuantitatif Opini Pelanggan tentang Kualitas Pelayanan Pasca Akuisisi PT Lotte Shopping Indonesia Terhadap PT Makro Cash and Carry Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Hingga akhir penulisan skripsi ini berakhir, telah disadari akan adanya ketidaksempurnaan dalam setiap baris di dalam setiap halaman ini, untuk itu segala kritik dan saran sangat dinantikan kehadirannya.

Merupakan keinginan untuk memberikan semua ungkapan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas setiap karuniaNya dan yang mengabulkan doa dan harapan demi terselesaikannya skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Orang tua dan adik saya atas doa, dorongan, semangat, dukungan moril, materiil dan omelan yang tak henti-hentinya.
2. Ibu Dr. Gregoria Arum Yudarwati, selaku Dosen Pembimbing terima kasih untuk pengarahan dan nasihat-nasihat yang baik dan bermanfaat.
3. Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas S.Sos. M.Si., selaku Dosen Penguji yang selalu memberikan masukan yang membangun.

4. Ibu Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan yang membangun.
5. Bapak Johny Siswandono, selaku Manager Divisi Customer Development PT. Lotte Shopping Indonesia.
6. Ibu Yuli, selaku Manager Divisi Human Resources PT. Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta atas kesediaannya memberi pengarahan, informasi dan data yang dibutuhkan penulis.
7. Customer PT. Lotte Mart Indonesia Yogyakarta.
8. Dimas Bramantyo, teman baik yang memberikan masukan yang sangat membangun.
9. Addientha Rizqa, sahabat senasib, atas penghiburan dan kebersamaan yang sangat membangun.
10. Teman-teman dan para sahabat lain (Eva, Minah, dan Lala) atas dorongan, sindiran dan usulan-usulan yang membangun serta menghibur di tengah kebingungan.
11. *Todd Steward, you were the motivation of this thesis,*

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi acuan untuk mengenal praktik dalam dunia *Public Relations*.

Yogyakarta, Mei 2012

**Raiisa Seicaria**



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Abstraksi .....	v
Halaman Motto dan Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
 BAB I    PENDAHULUAN .....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Pengertian <i>Public Relations</i> .....	10
2. <i>Public relations</i> dan Citra Perusahaan .....	15
3. Opini Pelanggan tentang Kualitas Pelayanan .....	25
4. Akuisisi .....	36
F. Kerangka Konsep .....	41
G. Definisi Operasional.....	43
H. Metodologi Penelitian .....	46
1. Jenis Penelitian.....	46
2. Lokasi penelitian .....	46

3. Populasi dan Sampel .....	46
4. Alat Pengumpulan Data .....	47
I. Pengujian Instrumen Penelitian.....	49
1. Uji Validitas Reliabilitas .....	49
2. Uji Reliabilitas .....	50
J. Metode Analisis Data .....	51
BAB II DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN .....	52
A. Sejarah Akuisisi PT. LSI terhadap PT Makro Cash and Carry	52
B. Sejarah Perusahaan.....	52
C. Sejarah Lotte Mart Indonesia .....	55
D. Struktur Organisasi Lotte Mart .....	56
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	72
A. Uji Instrumen .....	72
1. Uji Validitas .....	72
2. Uji Realibitas .....	75
B. Deskripsi Responden.....	76
C. Analisis.....	78
1. Analisis Distribusi Frekuensi .....	78
2. Analisis Tabulasi Silang.....	102
D. Pembahasan.....	110
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
A. Kesimpulan .....	117
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA .....	121
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Matrix Penelitian dan Indikator Masing-masing Faktor .....	45
Tabel 2	Hasil Uji Validitas What Factors .....	73
Tabel 3	Hasil Uji Validitas How Factors .....	74
Tabel 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 5	Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	76
Tabel 6	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	77
Tabel 7	Deskripsi Responden Berdasarkan tingkat Pendapatan .....	77
Tabel 8	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pelanggan .....	78
Tabel 9a	Distribusi Frekuensi Aspek What Factors.....	80
Tabel 9b	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 1 .....	81
Tabel 10	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 2 .....	82
Tabel 11	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 3 .....	82
Tabel 12	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 4 .....	83
Tabel 13	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 5 .....	84
Tabel 14	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 6 .....	84
Tabel 15	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 7 .....	85
Tabel 16	Distribusi Frekuensi <i>What Factors</i> .....	87
Tabel 17	Distribusi Jawaban Responden Secara Rinci .....	87
Tabel 18	Distribusi Frekuensi Aspek What Factors.....	88
Tabel 19	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 8 .....	89

Tabel 20	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 9 .....	90
Tabel 21	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 10 ....	90
Tabel 22	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 11 ....	91
Tabel 23	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 12 ....	92
Tabel 24	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 13 ....	92
Tabel 25	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 14 ....	93
Tabel 26	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 15 ....	94
Tabel 27	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 16 ....	94
Tabel 28	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 17 ....	95
Tabel 29	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 18 ...	96
Tabel 30	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 19 ....	97
Tabel 31	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 20 ....	97
Tabel 32	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 21 ....	98
Tabel 33	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Item Nomor 22 ....	99
Tabel 34	Distribusi Frekuensi <i>How Factors</i> .....	100
Tabel 35	Distribusi Jawaban Responden Secara Rinci .....	101
Tabel 36	Tabulasi Silang antara Aspek <i>What Factors</i> dengan Jenis Kelamin Responden .....	102
Tabel 37	Tabulasi Silang antara Aspek <i>What Factors</i> dengan Tingkat Pendidikan Responden .....	103
Tabel 38	Tabulasi Silang antara Aspek <i>What Factors</i> dengan Jenis Pekerjaan Responden .....	104
Tabel 39	Tabulasi Silang antara Aspek <i>What Factors</i> dengan Tingkat Penghasilan Responden.....	105
Tabel 39A	Tabulasi Silang antara Aspek <i>What Factors</i> dengan Jenis Pelanggan .....	105



Tabel 40	Tabulasi Silang antara Aspek <i>How Factors</i> dengan Jenis Kelamin Responden .....	106
Tabel 41	Tabulasi Silang antara Aspek <i>What Factors</i> dengan Tingkat Pendidikan Responden .....	107
Tabel 42	Tabulasi Silang antara Aspek <i>How Factors</i> dengan Jenis Pekerjaan Responden .....	107
Tabel 43	Tabulasi Silang antara Aspek <i>How Factors</i> dengan Tingkat Penghasilan Responden.....	109
Tabel 44	Tabulasi Silang antara Aspek <i>How Factors</i> dengan Jenis Pelanggan .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Loyalitas Terhadap Toko.....	32
Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian .....	43



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen

Lampiran 3. Hasil Olah Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 5. Hasil Olah Data Penelitian

